

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iv
LEMBAR MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Keputusan Pembelian	9
2. Lokasi	22
3. Harga	25
4. Promosi	28
5. Fasilitas	31
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Hubungan Antar Variabel	32
D. Kerangka Konseptual	38
E. Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III: METODE PENELITIAN.....	40
A. Rancangan Penelitian	40
B. Objek Penelitian.....	40
C. Populasi	40
D. Sampel	41
E. Besarnya Sampel	41
F. Teknik Pengambilan Sampel.....	42
G. Jenis Data Penelitian	42
H. Prosedur Pengambilan Data.....	43
I. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	43
J. Definisi Operasional Variabel.....	44
K. Pengukuran Variabel	46
L. Uji Instrumen.....	47
M. Teknik Analisa Data.....	46
N. Uji Hipotesis.....	48

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Analisis Deskriptif.....	55
B. Analisi..Kuantitatif.....	61
C. Hasil Uji Hipotesis	63
D. Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Tiket Wahana	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	44
Tabel 3.2 Interval Kelas Variabel	47
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Data 30 Responden	49
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas Data 30 Responden.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.5 Persepsi Responden Variabel Lokasi.....	57
Tabel 4.6 Persepsi responden Variabel Harga	58
Tabel 4.7 Persepsi responden Variabel Promosi	59
Tabel 4.8 Persepsi responden Variabel Fasilitas	60
Tabel 4.9 Persepsi responden Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Berganda	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	9
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2 : Karakteristik 30 Responden.....	81
Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reabilitas.....	88
Lampiran 4 : Karakteristik 100 Responden	97
Lampiran 5 : Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	116
Lampiran 6 : Uji Analisis Linear Berganda	119